

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat 19 atribut produk yang teridentifikasi sebagai pertimbangan konsumen dalam pembelian produk dodol jambu biji. Berdasarkan penilaian tingkat kepentingan terhadap 19 atribut tersebut diketahui bahwa atribut yang menjadi prioritas utama yaitu menyediakan informasi tanggal kedaluwarsa, terdapat label halal pada kemasan, dan terdapat izin BPOM. Atribut yang memiliki kepentingan terendah yaitu kemudahan untuk menemukan produk.
2. Hasil pengolahan data pada tingkat kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen memiliki kepuasan yang cukup tinggi terhadap atribut terdapatnya label halal dan informasi tanggal kedaluwarsa pada kemasan dodol jambu biji Arulla. Namun, tingkat kepuasan konsumen terhadap seluruh atribut pada produk dodol jambu biji Arulla masih di bawah tingkat kepuasan konsumen terhadap produk pesaing.
3. Strategi pengembangan produk dalam upaya peningkatan kualitas pada produk dodol jambu biji Arulla yang dapat dilakukan oleh produsen adalah berfokus pada pengaturan formulasi produk dengan pertimbangan untuk menciptakan produk yang tidak lengket dan memiliki cita rasa serta aroma buah jambu biji yang menonjol. Selain itu, melengkapi informasi produk pada kemasan dan perbaikan desain kemasan juga perlu dilakukan untuk menciptakan produk yang dapat dipercaya serta menarik perhatian konsumen.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan mampu memperbaiki formulasi dodol dengan penambahan tepung yang mengandung amilopektin tinggi untuk peningkatan sifat sensori dodol, serta memperbaiki perancangan desain kemasan yang melindungi, mudah digunakan, efektif untuk penyimpanan, dan informatif untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen.
2. Penelitian selanjutnya, diharapkan dalam penentuan atribut dan respon teknis dilakukan lebih detail dan spesifik agar dalam perbaikan kualitas efektif dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

